

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV: Pustaka Setia.
- Anton Riatno, *pengaruh Brand Ambassador Rian D masiv dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cosmic Clothier Bandung 2016* diakses pada <https://id.123dok.com> diakses pada 1 maret 2019
- Agnes Amelia *Employer Branding* Jakarta 2018
- Agus Hermawan, 2012 *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta. Erlangga
- Ahmad, N. A., & Daud, S. (2015). *Engaging people With Employer Branding*. 7<sup>th</sup> International Economics & Business Management Conference, 691.
- Abdurrahman, Nana, Herdiana, (2015) *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: Pustaka setia.
- Barrow, S. and Mosley, R. 2005. *The Employer Brand, Bringing the Best of Brand Management to People at Work* AGNES AMELIA dalam buku *EMPLOYER BRANDING*, 2018
- Cultip and Center 2005, *the seven C'S communication* , Donni Juni Priansa, dalam buku *Komunikasi Pemasaran terpadu bandung 2017*
- Cahyono (2016) *pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia* diakses [www.jurnal-unita.org](http://www.jurnal-unita.org) diakses pada tanggal 3 maret 2019
- Ferizal, I. (2016). *Journey to be Employer Of Choice*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gita, Setyorini (2016) *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id* Diakses <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id> diakses pada tanggal 1 Maret 2019
- Heni, A. (2008). *Langkah mudah mengembangkan dan memanfaatkan weblog*. Yogyakarta: ANDI.
- Hasan, Ali (2013) *Marketing dan kasus-kasus pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Cetakan pertama. CAPS ( Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta
- Ilmiati (2012) *Pengaruh kepercayaan merek (Brand Trust) dan kesadaran merek (Brand Loyalty) pada Produk Pond's* diakses <http://publication.gunadarma.ac.id> diakses pada 3 maret 2019
- Kurnia (2016) *Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan*

Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport di Kecamatan

Wonosobo diakses <http://www.unisbank.ac.id> diakses pada tanggal 1 Maret 2019

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010). User of the world, unite The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

Kertamukti, Rama. (2015) Strategi Kreatif dalam Periklanan: konsep, media, Branding, Anggaran. Jakarta: Rajawali Pers

P. Kotler and K. L. Keller, Marketing management, Harlow: Pearson Education, 2012

Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Lee, L, F, Hutton, A., & Shu, S (2015). The Role of Social Media in the Capital Marketing: Evidence from Consumer Produk Recall. *Journal of Accounting Research*, Forthcoming, diakses <https://ssrn.com/abstract=2557212> diakses pada 10 maret 2019

Madcoms, (2010) *Facebook, Twitter, dan Plurk dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: ANDI.

Nasrullah, Rulli (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Randi, eka (2018) Tren perkembangan media sosial untuk pemasaran digital diakses <https://dailysosial.id> diakses pada 6 maret 2019

Sarastuti (2017) *strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova* diakses pada <http://publikasi.mercubuana.ac.id> diakses pada 4 maret 2019. Sangadji, M, E, Sopiah. (2013) Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Susanti, V., dan Hadi, C., (2013), *Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online, Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi, Vol. 02. No. 01.*

Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71-75. Diakses <http://www.ijcat.com/archives/volume5/issue2/ijcatr05021006.pdf> diakses pada 10 maret 2019

Sivertzen, A. M. et al, (2013) Employer Branding: Employer Attractiveness and the use of Social Media. *Journal of Product & Brand Management*, Emerald Group Publishing Limited.

Sibero, Alexander F.K (2011) Kitap Suci Web Programming Yogyakarta

Shimp, Terence A, (2011) Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Erlangga

Surachman (2011) Dasar-dasar manajemen merek. Banyumedia: Malang

Sunyoto, Danang (2012) Dasar-dasar manajemen pemasaran. Yogyakarta: penerbit CAPS

Tjiptono, Fandy (2011) Manajemen dan Strategi Merek. Yogyakarta: Penerbit Andi. Verina, dkk. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia. Jurnal Adiministrasi bisnis (JAB) Vol. 10 No1*

[www.agungtoyota.co.id](http://www.agungtoyota.co.id) diakses pada tanggal 25 januari 2019

Wawan Prianto (2018) Januari-September 2018 Penjualan Mobil naik 10,85 persen diakses <https://otomotif.tempo.co> diakses pada 10 maret 2019

Prawira, dkk (2012) Pengaruh brand ambassador Honda Spicy Helm-in dengan keputusan pembelian konsumen. *E-jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran. Vol.1 No 1. Diakses <http://jurnal.unpad.ac.id> diakses pada 10 maret 2019*

Zarella, D. (2010), *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

